

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA  
Fundos Europeus  
Estruturais e de Investimento

## Projeto nº 020739

### Apoio no âmbito do sistema de incentivos á Qualificação

**Designação do Projeto:** Inovação Organizacional, de Marketing, TIC e Economia digital

**Custo total elegível:** 114.551,00 €

**Apoio financeiro da União Europeia:** FEDER – 50.152,50 €

FSE – 1.860,60 €

**Síntese do Projeto:** Inovação Organizacional, de Marketing, TIC e Economia digital

Os objetivos estratégicos da empresa passam por:

- reforço da orientação estratégica da produção interna para a procura externa e a promoção da competitividade da empresa através da presença activa no mercado global, via reforço dos esforços financeiros, comerciais e humanos na promoção e prospecção de mercados internacionais, potenciando-se o incremento da actividade e do volume de negócios (crescimento de perto de 75% do volume de negócios total e mais de 286% especificamente do volume de negócios internacional), assente no mercado externo, preconizando-se a diversificação de mercados e clientes, pretendendo-se elevar, quer o volume de negócios na sua globalidade, quer o peso do mercado externo no volume de negócios (passar de 39% em pré projecto para mais de 65% no pós projecto) o que por sua vez se reflectirá, necessariamente, na elevação dos resultados;
- Incrementar posicionamento estratégico nos mercados em que já atuamos e ser capazes de diversificar os mercados de atuação;
- Elevar a competitividade e qualificação organizacional via inovação dos processos e procedimentos internos face às praticas de excelência praticadas no setor, internacionalmente. Pretende-se que 100% dos procedimentos internos sejam realizados com base em critérios e procedimentos organizacionais de excelência.
- Apostar no reforço das TIC como ferramenta de gestão base e que permita uma integração e workflow global de todos os processos internos, nomeadamente os processos comerciais e de marketing, e no relacionamento entre colaboradores e clientes. Pretende-se que 100% dos processos e procedimentos organizacionais de gestão comercial e marketing estejam integrados e sejam geridos via software a implementar, baseado na web;
- Incrementar a presença na economia digital via site multilingue e adaptado ao posicionamento estratégico pretendido, sendo expectável que pelo menos 25% dos novos contactos comerciais decorram deste meio;
- Apostar em novos modelos e técnicas de marketing, devidamente estruturados e planeados via Plano de Marketing Digital, nomeadamente o marketing digital, como meio de promoção e

notoriedade, refletindo-se no acréscimo dos contactos em 30% e permitindo em conjunto com uma maior presença na economia digital via site, potenciar o processo de internacionalização da atividade que permita atingir um VN internacional de mais de 65% em pós projeto;

- Reforço dos RH afetos quer a áreas comerciais, quer à área da organizacional (crescimento de cerca de 12% os RH);
- Reforço da aposta na elevação de competências via formação

